

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Telkom Indonesia adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan teknologi informasi dan komunikasi serta jaringan telekomunikasi di Indonesia yang mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku di negara ini. PT Telkom Indonesia mempunyai beberapa produk di beberapa bidang seperti Digital Connectivity untuk produk Indihome, Digital Services untuk produk Pijar, dan Digital Platform untuk produk BigBox yang menjadi pilihan praktik magang penulis selama 83 hari ini.

Gambar 2.1 Logo BigBox Telkom Indonesia



Sumber : Internal perusahaan

BigBox Telkom Indonesia merupakan sebuah layanan Artificial Intelligence dan Analytics Platform yang dirancang untuk membantu perusahaan maupun organisasi dalam mengelola dan menganalisis data dalam jumlah besar di berbagai lingkungan dan berbagai format data, dengan tujuan untuk memberikan wawasan, memecahkan masalah, dan menciptakan nilai tambah bagi bisnis atau organisasi.

Produk yang ditawarkan dari BigBox terdiri dari *horizontal platform* yang dirancang untuk membantu organisasi mengelola dan menganalisis data dalam jumlah besar di berbagai lingkungan, *vertical platform* yang memanfaatkan *horizontal platform* untuk memproses sejumlah data dari media sosial, *e-commerce*, dokumen, video dan sumber data lainnya.

BigBox Telkom Indonesia menawarkan teknologi AI yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan industri dengan fleksibilitas tinggi yang menjadikan *Unique Value Proposition* (UVP) perusahaan. Untuk menjadikan produk atau

layanan yang unggul dari kompetitor, BigBox memiliki *Unique Selling Point (USP)* yang holistik, intuitif, aman dan terpercaya sebagai berikut:

1. Holistik : BigBox dirancang untuk beragam industri, menawarkan solusi yang dapat disesuaikan dengan berbagai kebutuhan bisnis. Dengan model yang telah diseleksi, BigBox dapat memberikan analisis secara mendalam dan akurat untuk memastikan keputusan suatu perusahaan oleh data yang tepat.
2. Intuitif : Solusi AI yang telah dirancang oleh BigBox dapat memudahkan penggunaan. Dengan penggunaan yang sederhana, perusahaan dapat dengan cepat dan mudah memanfaatkan teknologi AI tanpa memerlukan keahlian teknis secara mendalam.
3. Aman & Terpercaya : BigBox memastikan keamanan data perusahaan dengan enkripsi Tingkat tinggi dan protocol keamanan yang canggih. Teknologi AI dari BigBox juga menjamin keandalan dengan performa stabil dan konsisten, sehingga operasi bisnis perusahaan berjalan lancar tanpa gangguan.

BigBox Telkom Indonesia menawarkan teknologi *AI* yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan industri dengan fleksibilitas tinggi yang menjadikan *Unique Selling Point (USP)* perusahaan.

BigBox Telkom Indonesia memiliki 7 divisi yang di antaranya, yaitu departemen *human capital*, departemen *partnership*, departemen *CRM & digital assurance*, departemen *delivery*, departemen *data analytics*, dan departemen *AI*. Semua divisi ini memiliki kantor yang sama dengan konsep *open space*.

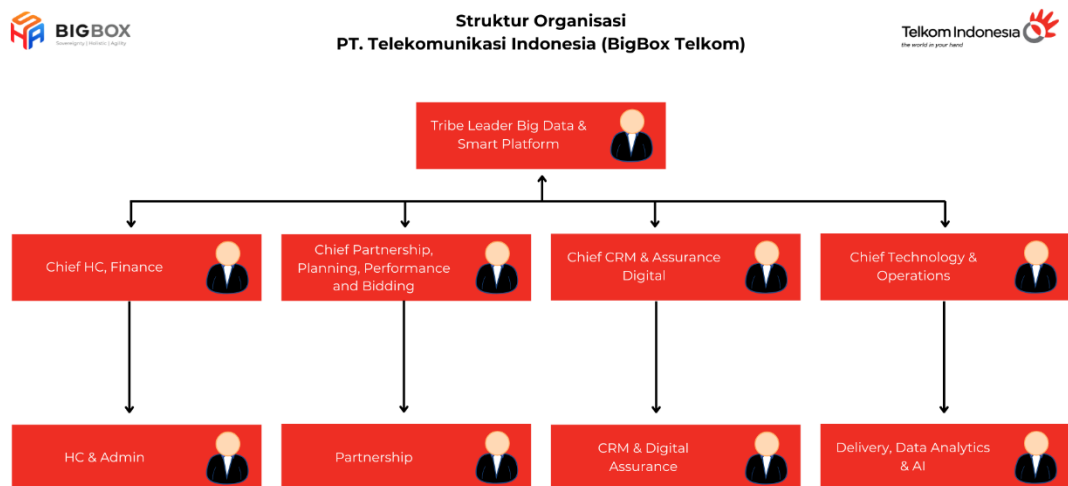
### **2.1.1 Visi Misi**

1. Visi: Menjadikan perusahaan telekomunikasi digital pilihan utama yang memberdayakan masyarakat
2. Misi:

- a. Mempercepat Pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, terjangkau, dan dapat diakses oleh semua orang.
- b. Mengembangkan talenta digital terbaik yang membantu meningkatkan kemampuan digital nasional dan meningkatkan adopsi digital
- c. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman pelanggan yang superior.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2 Struktur Organisasi BigBox Telkom Indonesia



Sumber: Internal perusahaan

Struktur organisasi merupakan representasi yang menjelaskan tipe organisasi, pembagian departemen, posisi, jenis kewenangan pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, tanggung jawab, serta hubungan pekerjaan dalam garis perintah (Ratnasari, 2019). Gambar di atas merupakan struktur organisasi BigBox Telkom Indonesia, berikut ini adalah *job description* dari setiap posisi:

1. *Tribe Leader Big Data & Smart Platform*: Memiliki posisi paling tinggi di BigBox Telkom Indonesia yang memiliki tugas untuk memimpin

pengembangan produk, memberi arahan pekerjaan, serta bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan produk BigBox.

2. *Chief Human Capital & Finance*: Bertanggung jawab atas segala kegiatan rekrutmen, mengawasi proses keuangan perusahaan, dan mengawasi divisi HR dan menjadi pusat koordinasi antar sesama divisi.
3. *Human Capital & Admin*: Memiliki tugas untuk melaksanakan pelaksanaan rekrutmen karyawan, menjadi penghubung antar divisi, serta mengurus segala aktivitas yang berhubungan dengan karyawan.
4. *Chief Partnership, Planning, Performance & Bidding*: Memiliki tugas untuk bertanggung jawab atas hubungan dengan mitra, melakukan perencanaan strategis dengan klien, menangani proses bidding terkait project yang sedang dilakukan, dan memonitor pencapaian perusahaan berdasarkan KPI.
5. *Partnership*: Memiliki tugas untuk mengelola dan mengembangkan hubungan dengan klien, berkolaborasi antar divisi untuk memenuhi kebutuhan klien, serta mengidentifikasi peluang kemitraan baru.
6. *Chief CRM & Assurance Digital*: Memiliki tugas untuk menjadi penanggung jawab atas pembuatan strategi CRM, memonitor data pelanggan, dan mengawasi setiap proses pemasaran produk perusahaan baik itu digital maupun non-digital.
7. *CRM & Assurance Digital*: Memiliki tugas untuk mengelola CRM, membuat strategi serta ide pemasaran baik itu digital maupun non-digital, memastikan layanan pelanggan sesuai dengan standar kualitas perusahaan, dan memberikan masukan kepada tim terkait untuk perbaikan produk BigBox berdasarkan feedback dari pelanggan atau klien.
8. *Chief Technology & Operations*: Memiliki tugas untuk mengawasi segala proses pengembangan infrastruktur IT, menentukan strategi teknologi dan operasional.
9. *Delivery, Data Analytics & AI*: Memiliki tugas untuk melakukan analitik data, mengembangkan dan mengimplementasikan model AI untuk meningkatkan efisiensi serta inovasi produk BigBox.

*CRM & Assurance Digital* menurut Asraini (2019) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berfokus pada pengelolaan hubungan baik dengan pelanggan maupun calon pelanggan. Dalam penerapannya, BigBox Telkom memprioritaskan pada apa yang diinginkan oleh pelanggan dan calon pelanggan, bukan hanya pada produk yang dijual oleh perusahaan.

Selain itu juga, di dalam departemen ini penulis juga menawarkan dan memasarkan produk digital melalui media sosial dengan membuat konten video ataupun gambar. Dengan melakukan komunikasi kepada pelanggan dan calon pelanggan serta membuat konten promosi, perusahaan berharap mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan agar terus melakukan pembelian secara berulang terhadap produk yang ditawarkan oleh BigBox Telkom.

### **2.2.1. Departemen CRM & Assurance Digital**

Departemen CRM & Assurance Digital memiliki beberapa peran di dalamnya untuk mendukung proses perencanaan pemasaran secara baik, berikut ini merupakan beberapa peran yang terdapat pada departemen penulis:

1. *Digital Marketing*: Memiliki tugas untuk merencanakan strategi pemasaran, mengelola akun media sosial perusahaan, dan mengoperasikan SEO & SEM.
2. CRM: Memiliki tugas untuk mengelola data pelanggan dan calon pelanggan, membuat kolaborasi antar departemen, menjadi penghubung untuk pelanggan dan calon pelanggan.
3. *Content Creator*: Memiliki tugas untuk merencanakan pembuatan konten di media sosial, menulis segala keperluan konten seperti penulisan Content Plan dan Brief, merekam serta mengedit video untuk kebutuhan konten di media sosial.
4. *Graphic Designer*: Memiliki tugas untuk membuat berbagai elemen visual, pembuatan desain grafis, dan menggunakan software desain.
5. *Videographer*: Mengambil video dan mengedit video untuk keperluan konten di media sosial atau internal perusahaan.